

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan yang telah diuraikan oleh peneliti mengenai UMKM Candaria dalam meningkatkan pendapatan disetiap tahunnya melalui strategi pemasaran yang digunakan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Candaria adalah dengan menentukan *segmenting*, *targeting* dan *positioning* serta menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yang meliputi: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Untuk segmentasi, UMKM Candaria melakukan segmentasi pasar berdasarkan konsumen lokal dan wisatawan yang sudah bekerja yang sedang mencari oleh-oleh khas kediri. Kemudian untuk targetingnya UMKM Candaria menargetkan tiga kelompok utama yaitu wisatawan yang berkunjung ke kediri, masyarakat lokal yang ingin membeli oleh-oleh, dan instansi atau kantor yang membutuhkan oleh-oleh. *Positioning* Candaria adalah memposisikan produknya sebagai produk oleh-oleh khas Kediri. Sedangkan untuk bauran pemasarannya, pada produk UMKM Candaria berfokus pada olahan nanas seperti pie, sari, sirup, dan strudel nanas, serta menjual produk UMKM lain melalui sistem konsinyasi. Candaria juga menjaga kualitas dan cita rasa khas pada setiap produknya. Pada segi harga Candaria menetapkan harga yang kompetitif dan menyesuaikannya dengan daya beli konsumen. Pada tempat, strategi distribusi dilakukan melalui toko fisik yang lokasinya strategis, penjualan daring, serta sistem

titip jual di berbagai lokasi seperti hotel, tempat makan, dan pusat oleh-oleh. Pada aspek promosi Candaria aktif menggunakan media sosial, mengikuti pameran, berkolaborasi dengan influencer, serta memanfaatkan iklan berbayar untuk memperluas jangkauan pasar.

2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Candaria dalam meningkatkan pendapatan cukup efektif dengan meningkatnya pendapatan pada setiap tahunnya. Pendapatan UMKM Candaria menunjukkan peningkatan signifikan setiap tahunnya dari 2020 hingga 2024, yakni dari Rp23.512.100 menjadi Rp495.450.300. Kenaikan ini mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan. Secara keseluruhan, seluruh strategi pemasaran yang diterapkan UMKM Candaria berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan.

## B. Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti di atas mengenai penerapan strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan pada UMKM Candaria. Adapun peneliti telah mengemukakan beberapa saran, diantaranya:

1. UMKM Candaria

Diharapkan dapat terus mempertahankan dan mengembangkan strategi pemasaran yang sudah berjalan baik, khususnya dalam hal promosi digital. Penggunaan media sosial dan iklan berbayar perlu dioptimalkan dengan konten yang lebih kreatif dan interaktif agar dapat menarik minat

konsumen baru. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan dan inovasi produk juga penting untuk menjaga loyalitas pelanggan.

## 2. Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sumber referensi dan didokumentasikan di perpustakaan untuk menambah materi akademik yang bermanfaat. Selain itu, diharapkan dapat menjadi acuan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan pendapatan,

## 3. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat mengembangkan penelitian di bidang pemasaran dan bisa menjadi tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya.